Expérimentation du CQP conseiller(ère) en dermatologie et cosmétique

Réunion du mardi 19 Mai 2009

• 80, rue du Val de l'Indre • 37260 MONTS • Tél. : 02 47 34 99 78 •

Points à aborder

1. Les avancées des travaux sur le programme de formation détaillé
2. Les horaires et les rythmes de formation retenus par les différents centres
3. Les questions posées par le recrutement des candidats et les premières actions conduites
4. Prochaines étapes

1 - Avancées des travaux sur le programme de formation détaillé

Rappel : le référentiel de compétences du CQP

Unité 1 : Analyser les **propriétés** des produits dermo-cosmétiques

Unité 2 : Apporter un **conseil** approprié sur les produits **d'hygiène corporelle** et **cosmétiques**

Unité 3 : Apporter un **conseil** approprié en matière de **prévention** et **traitement** dans le domaine dermatologique

Unité 4 : Communiquer avec le client et vendre des produits et des solutions de traitement ou de prévention

Unité 5 : Prendre en compte la **réglementation** liée à la vente-conseil de produits cosmétiques et dermatologiques en officine

Unité 6 : Définir l'assortiment et proposer une **politique commerciale** pour le rayon hygiène et cosmétique en officine

Unité 7 : Organiser l'espace de **vente** d'un rayon hygiène et cosmétique

Unité 8 : Gérer les achats et les **stocks** des produits d'hygiène et de cosmétique

CG CONSEIL

Unité 1 : Analyser les propriétés des produits dermo-cosmétiques

Module 1.1 : 20 heures

Les différentes formes galéniques et la décomposition de la formulation

Les mélanges homogènes : solutions, solutions micellaires et gels

- Définition de la solution
- Les différentes solutions
- Les facteurs pouvant influencer la solubilité et la dissolution d'une substance
- Définition du gel
- Les différents types de gels
- Les conditions de conservation d'un gel

Les mélanges hétérogènes : dispersions, suspensions, émulsions, aérosols, mousses, poudres

- Définition de la dispersion
- Les différents états des phases dispersante et dispersée
- Les différents types de dispersions
- Citer les facteurs responsables de l'instabilité d'une dispersion
- Les stabilisants utilisés en dermo cosmétologie
- Définition de la suspension
- Les facteurs responsables de la stabilité d'une suspension
- Définition de l'émulsion
- Les différents types d'émulsion et leurs caractéristiques
- Les principaux composants des différentes phases d'une émulsion
- Définition de l'aérosol
- Le fonctionnement d'un aérosol et les précautions à prendre lors de l'utilisation
- Définition de la mousse
- Les différents constituants d'une mousse
- Définition de la poudre

CG CONSEIL

Unité 1 : Analyser les propriétés des produits dermo-cosmétiques

Module 1.1 : 20 heures

Les différentes formes galéniques et la décomposition de la formulation

Les actifs spécifiques

- Les différents actifs spécifiques : hydratants, anti-âge, régulateurs de la séborrhée, apaisants, émollients, solaires, amincissants, raffermissants, tenseurs
- Les composants de la formule INCI
- L'origine de chacun des produits
- Le rôle de chaque actif spécifique

Les matières premières de base : définition et utilisation dans les formules

- Les composants hydrophiles : eau, alcools, polymères gélifiants
- Les composants lipophiles : hydrocarbures, silicones, alcools gras et acides gras, cires, triglycérides, lanoline et dérivés
- Les tensioactifs
- Les surfaces pulvérulentes
- Les véhicules des principes actifs

Les excipients

- Les excipients minéraux, synthétiques et naturels
- Les avantages et inconvénients des différents excipients

Les additifs

- Les conservateurs, les colorants, les agents nacrants, les substances parfumantes
- Le mode d'action des additifs
- Les avantages et inconvénients des différents additifs

La filière biologique

- Les produits issus de la filière
- Définition du produit biologique
- Les critères de qualification d'un produit « bio »

CG CONSEIL

Les produits dermocosmétiques

Les produits d'hygiène visage, corps, cheveux, ongles, buccodentaire

- Les différentes catégories de produits : produits démaquillants, nettoyants, gommants, produits pour le bain et la douche, produits d'hygiène intime, déodorants et antiperspirants, shampoings, dépilatoires, cires à épiler, dentifrices et bains de bouche
- Les propriétés spécifiques des différents produits, leurs indications et leur mode d'emploi
- Le rôle des composants d'un produit d'hygiène
- Les points clés du conseil technique et de l'argumentaire de vente des différentes catégories de produits d'hygiène

Les produits de soins

- Les produits de soins cutanés
- Les produits de soins des phanères
- Les produits de soins capillaires
- Les compléments alimentaires anti-âge, hydratants, …
- Les propriétés spécifiques des différents produits, leurs indications et leur mode d'emploi
- Le rôle des composants d'un produit de soins
- Les points clés du conseil technique et de l'argumentaire de vente des différentes catégories de produits de soins

CG CONSEIL

Unité 1 : Analyser les propriétés des produits dermo-cosmétiques

Module 1.2 : 70 heures

Les produits dermocosmétiques (suite)

Les produits solaires

- Les différentes catégories de produits : photo protecteurs, autobronzants, activateurs de bronzage, produits après soleil
- Les compléments alimentaires
- Les propriétés spécifiques des différents produits solaires, leurs indications et leur mode d'emploi
- Le rôle des composants d'un produit solaire
- Les points clés du conseil technique et de l'argumentaire de vente des produits solaires

Les produits issus de la gamme biologique

- Les points clés du conseil technique et de l'argumentaire de vente des produits issus de la gamme biologique

Sensibilisation aux produits de maquillage

- Les produits de maquillage cutané : fonds de teint, bases correctrices, poudres, correcteurs anti-cernes, crayons, eyeliners, fards à paupières, fards à joues, rouges à lèvres
- Les produits de maquillage des phanères : mascaras, vernis à ongle, teintures
- Les propriétés spécifiques des différents produits, leurs indications et leur mode d'emploi
- Le rôle des composants d'un produit de maquillage
- Les points clés du conseil technique et de l'argumentaire de vente des produits de maquillage

CG CONSEIL

Propositions de points clés à intégrer dans le cahier des charges

- Recommandations pédagogiques pour les modules 1.1 et 1.2 :

Il convient d'associer systématiquement les apports théoriques sur les produits dermo-cosmétiques à l'activité de **conseil technique** en **situation de vente** : les éléments abordés en formation doivent permettre aux candidats d'élaborer un **argumentaire de vente**.

Il en va de même pour la galénique et la décomposition de la formulation, qui ont pour objet de nourrir les **argumentaires de vente** des candidats.

Unité 2 : Apporter un conseil approprié sur les produits d'hygiène corporelle et cosmétiques

Module 2 : 42 heures

Anatomie physiologie de la peau

Anatomie et histologie de la peau

L'épiderme, la jonction dermo-épidermique, le derme, l'hypoderme
La structure et le rôle des trois couches de la peau

Les annexes de la peau

Définition, description, différenciation et fonctions des glandes sudoripares et sébacées
Définition des phanères
Définition et description du follicule pilosébacé
La structure du poil, du cheveu et de l'ongle
La composition de la sueur, du sébum, du cheveu et de l'ongle

La vascularisation et l'innervation de la peau et des annexes

L'organisation des réseaux sanguin et nerveux de la peau, des glandes et des ongles

La flore cutanée

La composition et le rôle de la flore cutanée

La physiologie de la peau et des annexes

La description et le rôle du processus de kératinisation et de mélanogenèse
Le cycle de pousse du cheveu
La croissance unguéale

CG CONSEIL

Unité 2 : Apporter un conseil approprié sur les produits d'hygiène corporelle et cosmétiques

Module 2 : 42 heures

Etude des différents types de peau

Les types de peau

Les principales composantes (histologiques, vasculaires, pigmentaires, sécrétoires) d'une peau normale
Les modifications biologiques et préciser les facteurs responsables d'une peau grasse et d'une peau sèche
Définition de la peau mixte
Définition de la peau sensible
Les facteurs responsables d'une peau sensible
Les modifications biologiques et préciser les facteurs responsables du vieillissement cutané
Les effets biologiques du soleil sur la peau et les réactions pathologiques du rayonnement excessif
La photosensibilisation et les principales substances photosensibilisantes
Les principales caractéristiques des trois types raciaux de peau
L'incidence du sexe sur la peau
Les spécificités de la peau du nourrisson

Analyse de la peau

L'examen visuel et tactile et l'identification du type de peau
Indicateurs et outils de mesure de l'état cutané (test de desquamation, mesure de pH, d'hydratation, d'excrétion sébacée ...)

CG CONSEIL

Unité 2 : Apporter un conseil approprié sur les produits d'hygiène corporelle et cosmétiques

Module 2 : 42 heures

Etude des différents types de peau

Le soin de la peau

- Les besoins des différents types de peau
- Les différentes étapes de l'entretien de la peau
- Le protocole d'hygiène et de soin : définition, caractéristiques et méthode d'élaboration, prise en compte des habitudes de soin, des produits préalablement utilisés et du degré d'investissement
- Les différentes classes de produits dermo-cosmétiques existantes en terme d'objectifs à atteindre (nettoyage, hydratation, soin traitant)

CG CONSEIL

Propositions de points clés à intégrer dans le cahier des charges

- Recommandations pédagogiques pour le module 2 :

  Les éléments abordés en anatomie et physiologie de la peau doivent permettre au candidat de comprendre le mécanisme d'action des produits sur la peau (14 à 16 heures de formation environ)

  Il convient de prévoir des exercices pratiques permettant l'analyse du type de peau et l'état cutané.

CG CONSEIL

Unité 3 : Apporter un conseil approprié en matière de prévention et traitement dans le domaine dermatologique

Module 3 : 40 heures

Les différents agents pathogènes

Les bactéries, virus, champignons et parasites : définitions
La structure, le métabolisme et le pouvoir pathogène des différents types de microorganismes
L'origine des contaminations et les voies de pénétration dans l'organisme
Les moyens de défense de l'organisme face à l'infection microbienne

Les lésions élémentaires

Définition de la lésion élémentaire
Les différents types de lésions élémentaires (macules, papules, pustules,…)
Les signes cutanés caractéristiques
Les dermatoses liées aux lésions élémentaires

Les pathologies cutanées

Les pathologies de nature fonctionnelle

Les anomalies de la kératogénèse : psoriasis
Les anomalies de la pigmentation de la peau : dyschromies
Les anomalies vasculaires : érythèmes, rosacée, couperose…
L'acné
Les affections des annexes cutanées : glandes sudoripares, follicules pileux, glandes sébacées, poils, ongles
Les cicatrices et vergetures
Les signes caractéristiques, l'étiologie, les facteurs aggravants, les complications éventuelles des différentes pathologies de nature fonctionnelle
Les conseils à donner en matière de prévention et de traitement

CG CONSEIL

Unité 3 : Apporter un conseil approprié en matière de prévention et traitement dans le domaine dermatologique

Module 3 : 40 heures

Les pathologies cutanées (suite)

Les pathologies de nature infectieuse

- Les infections cutanées bactériennes : furoncles, impétigos, érysipèle, folliculites…
- Les mycoses cutanées : intertrigos, perlèche, herpès circiné, pityriasis versicolor
- Les infections parasitaires : pédiculoses, gale
- Les infections virales de la peau : verrues, herpès, varicelle, zona, rougeole, rubéole
- Les signes caractéristiques, l'étiologie, les facteurs aggravants, les complications éventuelles des différentes pathologies de nature infectieuse
- Les conseils à donner en matière de prévention et de traitement

Les allergies cutanées

- L'eczéma (dont eczéma de contact), l'urticaire,
- La dermatite atopique
- Les signes caractéristiques, l'étiologie, les facteurs aggravants, les complications éventuelles des différentes allergies cutanées
- Les conseils à donner en matière de prévention et de traitement

Les tumeurs cutanées

- Les conseils à donner en matière de prévention et de traitement
- Les tumeurs bénignes, les tumeurs malignes et les tumeurs naeviques
- Les signes caractéristiques, l'étiologie, les facteurs aggravants, les complications éventuelles des tumeurs cutanées
- Les conseils à donner en matière de prévention et de traitement

CG CONSEIL

Unité 3 : Apporter un conseil approprié en matière de prévention et traitement dans le domaine dermatologique

Module 3 : 40 heures

La détection des pathologies et lésions cutanées et le conseil

Le questionnement permettant l'analyse des manifestations cliniques des pathologies et lésions cutanées

Les points clés à vérifier : date d'apparition de la maladie, évolution dans le temps, facteurs aggravants, mode de vie, hygiène de vie

La prise en compte de la physiologie de la peau

Le conseil et les limites de l'intervention du conseiller en dermatologie et cosmétique

Les pathologies et lésions cutanées nécessitant un recours au médecin

Les conseils à donner sur les différentes pathologies pour permettre une surveillance de leur évolution et un recours au médecin

CG CONSEIL

Propositions de points clés à intégrer dans le cahier des charges

- **Recommandations pédagogiques pour le module 3 :**

  Il convient d'orienter la formation vers le conseil associé à une prescription : il s'agit de permettre aux candidats de repérer de quelle pathologie souffre le client à partir de l'ordonnance, de le conseiller dans l'utilisation des produits prescrits et de lui proposer des produits complémentaires adaptés à sa pathologie

  Il est conseillé de prévoir des mises en situation pratiques à partir de photographies et de mise à disposition d'ordonnances (cas cliniques) et d'insister sur les limites de l'intervention du conseiller

Unité 4 : Communiquer avec le client et vendre des produits et des solutions de traitement ou de prévention

Module 4 : 40 heures

Communication avec le client et techniques de vente

La communication

- Le schéma de communication
- Les formes de communication
- Les techniques de communication et leurs intérêts respectifs
- Les freins à la communication
- Les différents critères à prendre en compte (âge, sexe, style de vie….)

La typologie de la clientèle

- La pyramide de Maslow
- L'identification des différents types de clientèle

L'acte de vente

- L'accueil : les éléments pour créer un climat d'accueil favorable,
- La recherche des besoins : les différents types de questionnement et préciser leurs intérêts respectifs (questions ouvertes, fermées, alternatives)
- La reformulation et l'intérêt de la reformulation
- La présentation et la démonstration du produit et /ou de la prestation de services : les différentes stratégies (moment, choix, technique)
- L'argumentation du produit et/ou de la prestation de services : les éléments à prendre en compte pour l'argumentation
- La réponse aux objections : les différents types d'objection et les techniques de réponse
- La vente additionnelle du produit et/ou de la prestation de services : vente additionnelle complémentaire et vente additionnelle supplémentaire
- La conclusion de la vente : les signaux d'achat et les techniques de conclusion de la vente
- La stratégie de fidélisation : les différents outils de fidélisation et leurs intérêts respectifs
- La prise de congé : les éléments permettant une prise de congé efficace (doses d'essai, raccompagnement…)

Propositions de points clés à intégrer dans le cahier des charges

- Recommandations pédagogiques pour le module 4 :
  - La mise en situation de vente est vivement recommandée pour ce module.
  - Le ou les intervenants doivent disposer d'une solide expérience de la vente ou de l'enseignement des techniques de vente
  - Il est conseillé pour les mises en situation de s'appuyer sur un espace de vente / école disposant d'un mobilier commercial, d'un comptoir, de boîtages de produits, …
  - L'utilisation de la vidéo est recommandée pour les trainings de vente

CG CONSEIL

Unité 5 : Prendre en compte la réglementation liée à la vente-conseil de produits cosmétiques et dermatologiques en officine

Module 5 : 8 heures

Les produits cosmétiques

Définition légale du produit cosmétique : Code de la Santé Publique / textes relatifs aux produits cosmétiques et d'hygiène corporelle

La réglementation portant sur le produit, le fabricant et l'importateur

L'étiquetage des produits cosmétiques : les différentes mentions

Les supports d'information / la documentation sur les produits cosmétiques : récipients, emballages, notices

La durée de vie

La différence entre date de durabilité et la période après ouverture (PAO)

La surveillance du Marché : les organismes chargés de la surveillance de la post-commercialisation et leurs rôles

Produits cosmétiques et pharmacie

La place des produits cosmétiques dans l'officine : les produits et objets hors monopole pouvant être vendus à l'officine et les règles générales du commerce

Le rôle du pharmacien et du préparateur : l'acte de conseil et les responsabilités des différents membres d'une officine

Les limites du conseil : au niveau médical et législatif (SV)

La réglementation concernant les compléments alimentaires

Définition légale du complément alimentaire

CG CONSEIL

Unité 5 : Prendre en compte la réglementation liée à la vente-conseil de produits cosmétiques et dermatologiques en officine

Module 5 : 8 heures

Les produits issus de la filière biologique

Les ingrédients « bio » et leur proportion dans les produits finis
Les règles de production
Les mentions d'étiquetage spécifiques
La labellisation

Unité 6 : Définir l'assortiment et proposer une politique commerciale pour le rayon hygiène et cosmétique en officine

Module 6 : 26 heures

La pharmacie et son environnement

Le marché, l'environnement concurrentiel et l'offre de l'officine

Le marché de la parapharmacie

Les différents types d'acteurs sur le marché : officines, parapharmacie, grandes surfaces

La typologie des officines et leurs offres commerciales

Notions sur les techniques d'études de marché : définition, sources d'information, utilisation des études de marché existantes, outils simples de recueil d'information sur la concurrence, les pôles d'attraction et les pratiques des clients dans l'officine

La veille commerciale

La demande

Les principes et les règles de la segmentation de clientèle (âge, sexe, familles, jeunes mamans personnes âgées, ..)

Les différents types de clientèles d'une officine : clientèle actuelle, potentielle, temporaire, fidèle

Les comportements d'achat de la clientèle (achats décidés, achats impulsifs, motifs d'achat, achat besoin / achat d'impulsion)

Les habitudes d'achat de la clientèle

Les notions de panier moyen et de pouvoir d'achat

CG CONSEIL

Unité 6 : Définir l'assortiment et proposer une politique commerciale pour le rayon hygiène et cosmétique en officine

Module 6 : 26 heures

La pharmacie et son environnement

L'offre commerciale du point de vente

Le positionnement de l'officine et les axes stratégiques : politique de prix, choix de produits techniques, de traitement avec garantie de qualité, qualité du service, de l'accueil et du conseil, services supplémentaires (horaires , parking ..), choix et disponibilité pour les références peu demandées, spécialisation dans un domaine pour accroître attractivité et rentabilité, l'association produits de volume et offre spécifique, …

L'image du point de vente

La construction de l'offre

Le plan de marchéage : ses différentes composantes et leur rôle (produits et services, prix et marges, distribution, communication, …)

L'assortiment : structure, ampleur, largeur, profondeur

Les différentes étapes de la démarche de construction d'un assortiment : sélection des marques, des gammes, en largeur, en profondeur, les produits indispensables, les produits spécifiques

La prise en compte de l'analyse des besoins et des attentes, des objectifs commerciaux de l'officine, de la représentativité et de la notoriété des marques dans la construction de l'assortiment

La place des produits dans l'assortiment (permanents, saisonniers, nouveaux – chefs de file, standards, d'appels …)

Les phases du cycle de vie d'un produit, d'une famille, d'une gamme et leurs conséquences sur les résultats du point de vente

La notion de marque : les différences entre l'image du produit et l'image de la marque et les fonctions de la marque

La notion de notoriété

CG CONSEIL

Unité 6 : Définir l'assortiment et proposer une politique commerciale pour le rayon hygiène et cosmétique en officine

Module 6 : 26 heures

Les indicateurs de gestion

Les performances du rayon

L'importance de la contribution des produits aux résultats du rayon : chiffre d'affaires réalisé par le produit, marge brute dégagée par le produit, chiffres d'affaires par famille, rayon (CA par marque par gamme et CA du rayon), marge par famille, rayon, rendement par mère linéaire, rayon

Le suivi des performances du rayon : les principaux ratios et les indices pertinents ainsi que leurs principes de calcul

L'élaboration de tableaux de bord d'analyse des ventes réalisées

La détermination d'objectifs de vente

Outils et techniques d'analyse de la rentabilité du rayon

CG CONSEIL

Propositions de points clés à intégrer dans le cahier des charges

- **Recommandations pédagogiques pour le module 6 :**
  - Le ou les intervenants doivent disposer d'une solide expérience de la conception d'une offre commerciale et de la gestion commerciale ou de l'enseignement de ces domaines
  - Il convient de vérifier les pré-requis des candidats en termes de calcul
  - Il convient de prévoir des mises en applications à partir des données provenant de l'officine et/ou d'études de cas conçues par le centre de formation

Unité 7 : Organiser l'espace de vente d'un rayon hygiène et cosmétique

Module 7 : 20 heures

Introduction au merchandising

L'utilité et la nécessité du merchandising

Les étapes de la démarche du merchandising :

Le merchandising de marque, d'enseigne

La spécificité de l'officine : (surface de vente /nombre de références), les différents profils de produits (volume et services)

L'offre produits et les segments du marché

L'espace de vente

Les aménagements possibles

Les différents types de circulation de la clientèle

Les différentes zones de l'espace de vente (libre service, zone visible non accessible) et leur gestion

Les critères de répartition

Les règles de calcul en matière d'organisation du linéaire : linéaire au sol, linéaire développé, capacité de stockage, frontal (facing),

L'implantation du linéaire

Caractérisation de l'implantation des produits dans le linéaire : zones, présentation verticale, horizontale, les niveaux de présentation, les frontales, les têtes de gondole, la capacité d'un rayon,

Le positionnement des produits et des marques et les incidences de leur implantation dans le linéaire,

Les règles applicables en matière de balisage d'un rayon, d'étiquetage des produits,

Les différents supports de la signalétique, les supports promotionnels, la planification des actions

CG CONSEIL

Unité 7 : Organiser l'espace de vente d'un rayon hygiène et cosmétique

Module 7 : 20 heures

Les produits dans le linéaire

La prise en compte des spécificités de chaque segment de marché
La construction d'un linéaire équilibré
Les règles et les critères de qualité d'une bonne présentation des produits dans le linéaire et dans le rayon
Les règles de présentation des produits en promotion dans le rayon habituel, sur le plot promotionnel, sur le comptoir ou en vitrine.

Les actions promotionnelles

Les différents types d'actions : animations internes ou laboratoires promotions , concours , carte fidélité ….
La vitrine : un vrai média
Les outils informatiques pour la mise en avant des produits

CG CONSEIL

Propositions de points clés à intégrer dans le cahier des charges

- Recommandations pédagogiques pour le module 7 :
  - Le ou les intervenants doivent disposer d'une solide expérience du merchandising ou de l'enseignement du merchandising
  - Il convient de proposer aux candidats en cours de formation plusieurs mises en application les mettant en situation d'effectuer une présentation de produits (rayons, plots promotionnels, …) et leur demandant d'expliquer leurs choix de présentation
  - Il est recommandé de disposer d'un espace de vente – école pour les exercices pratiques en centre de formation

CG CONSEIL

Unité 8: Gérer les achats et les stocks des produits d'hygiène et de cosmétique

Module 8 : 14 heures

Rappels sur la gestion des stocks

L'utilité et le coût du stock : coût d'acquisition et de possession, *méthodes d'évaluation des coûts*
Les outils de gestion du stock : fiche article, cadencier, rotation des stocks : le taux et la vitesse de rotation
Les techniques de gestion de stocks
La surveillance des stocks, leur rotation et la mise en œuvre de promotions
Le taux de marque , le stock moyen, le coefficient de rotation de stock

Les achats

les principaux fournisseurs (circuit de distribution, image de marque, politique commerciale…)
Les fournisseurs : politique promotionnelle, analyse d'une offre promotionnelle en fonction des besoins, les types de remise (remise en %, unités gratuites, délai de paiement) et leurs intérêts respectifs
La préparation de commande : les étapes d'une passation de commande, création de la commande
Techniques de négociation commerciale

Les promotions

Choix des produits : critères de choix et définition des objectifs
Réalisation : types de promotion, techniques de mise en place
Suivi

CG CONSEIL

Propositions de points clés à intégrer dans le cahier des charges

- Quelles recommandations pédagogiques pour le module 8
  - Le ou les intervenants doivent disposer d'une solide expérience de la gestion des achats et des stocks ou de l'enseignement de ces domaines
  - Une mise en situation commerciale face à des laboratoires et une analyse de la négociation face aux fournisseurs est recommandée
  - Il est conseillé de proposer aux candidats une ou plusieurs études de cas sur les promotions

CG CONSEIL

2 – Les horaires et les rythmes de formation retenus

Horaires de formation

Module 1.1 – Les différentes formes galéniques et la décomposition de la formulation	20
Module 1.2 – Les produits dermo-cosmétiques	70
Module 2 – Anatomie physiologie de la peau et étude des différents types de peau	42
Module 3 – Dermatologie	40
Module 4 – Communication et techniques de vente	40
Module 5 – Réglementation relative à la vente de produits dermo-cosmétiques	8
Module 6 – Assortiment, politique commerciale et indicateurs de gestion	26
Module 7 – Merchandising	20
Module 8 – Gestion des achats et des stocks	14
Préparation à l'évaluation finale	8
Total	288

L'expérimentation sera conduite dans les 4 centres sur la base de cette répartition horaire.

CG CONSEIL

Rythme de formation

- **Marseille :**
  - Du 3 septembre au 7 mai (examen compris) à raison de 35 journées de formation d'une durée de 8 heures
- **Bordeaux :**
  - Du 14 septembre au 13 avril à raison de deux jours par semaine 2 semaines sur 3 (hors évaluation)
- **Villeneuve d'Ascq :**
  - Du 17 septembre au 29 avril à raison de 35 journées de formation et 8 heures de préparation à l'oral les jeudis et quelques mardis
- **Paris :**
  - Du 21 ou 28 septembre au 16 février (à vérifier) (hors évaluation) à raison de 2 journées de formation par semaine

3 – Les questions posées par le recrutement des candidats et les actions conduites

Les actions conduites

- **A Lille**
  - Démarrage de la communication auprès des jeunes en cours de formation
  - Information sur le CQP via le site Internet du CFA
  - Mise en place d'actions de présentation de l'école et du CQP aux officines
- **A Bordeaux**
  - Information effectuée auprès des sortants du BP
  - Communication à venir auprès des officines (information par mailing suivie d'un phoning auprès des officines se situant dans le périmètre géographique du CFA)
- **A Marseille**
  - Démarrage d'un phoning auprès de 900 officines (hors départements alpins)
  - 10 dossiers de pré-inscription (salariés en Période de Professionnalisation)
  - 30 pharmaciens intéressés (pharmacies de plus de 10 salariés, en bord de mer et dans les centres commerciaux)
  - 2 newsletters à venir
  - Information à venir sur les sortants du BP
- **A Paris**
  - Existence d'un fichier de candidats potentiels
  - Actions à conduire auprès des officines

Article paru dans « Le Moniteur » le 16 mai et article à venir dans la revue « Porphyre »

Plaquettes OPCA prévues pour début juin

CG CONSEIL

Les questions posées par le recrutement des candidats

- Un **démarrage tardif** des actions de communication écrites auprès des candidats potentiels et des officines
- Une **absence** de **prise en charge** des frais de **déplacement** qui invite les centres à démarcher en priorité les officines se situant dans leur zone géographique de **proximité**
- Des **recrutements** revus à la **baisse** par les officines en raison de la crise économique
- Quid des candidatures provenant de **demandeurs d'emploi** ou des **BP 2** non conservés dans leur officine et qui obtiendraient un **financement public** pour leur formation ? Incitation ou obligation de s'orienter vers un **terrain de stage** ? Pour quelle durée ?
- Des explications à apporter sur les **spécificités du CQP** et son **positionnement** par rapport à d'autres titres proches (arguments développés sur le fait qu'il s'agit d'une certification de branche, centrée sur l'officine et proportionnée à ses besoins en termes de volume de formation, et réalisée uniquement par des professionnels)

CG CONSEIL

4 – Les prochaines étapes

Démarrage de la formation et travaux sur les outils et supports d'évaluation

Une évaluation écrite est prévue pour plusieurs unités de compétences : unité 1 (galénique, décomposition de la formulation et produits dermo-cosmétiques), unité 3 (dermatologie), unité 5 (réglementation)

→ *Conception d'outils et de supports d'évaluation réalisée en commun par les 4 centres participant à l'expérimentation*

Pour les évaluation prévoyant des études de cas ou des mises en situation : des grilles de lecture à l'usage des évaluateurs seront élaborées

Question à aborder à l'issue de l'expérimentation : si la démarche indique que la mise à disposition d'outils et de supports d'évaluation par la branche constitue un outil intéressant pour sécuriser l'évaluation et garantir un même niveau d'exigence dans tous les centres : Quid de l'alimentation des bases de questions ? Obligation de contribuer à l'alimentation de ces bases pour les OF agréés ? Mise en palce d'un groupe technique permettant de centraliser et de valider les propositions de questions ?

CG CONSEIL

Prochaine réunion réunissant les centres de formation

Les centres de formation seront réunis pour une journée de travail le **mercredi 7 octobre 2009** de 8 heures 30 à 15 heures 30

Ordre du jour :

- Point sur le démarrage de la formation
- Démarrage des travaux sur l'évaluation

La réunion aura lieu à **Villeneuve d'Acsq**, dans les locaux de l'ARCPP

CG CONSEIL